

SUPERIORITAS BAHASA ASING DI RUANG PUBLIK YANG MENGGERUS NASIONALISME BANGSA

Dewi Kusumaningsih^a

^aUniversitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo

Pos-el: dewikusumaningsih71@gmail.com

Abstrak

Bahasa Asing terlihat masih mendominasi ruang publik di berbagai wilayah Indonesia. Kebanggaan berbahasa Asing di Indonesia menunjukkan kemunduran nasionalisme bangsa. Tujuan penulisan makalah ini adalah menunjukkan superioritas bahasa asing di ruang publik yang teramati dan bagaimana kemunduran nasionalisme dilihat dari penggunaan bahasa asing di ruang publik. Pendekatan yang dipergunakan kualitatif. Data penelitian berupa satuan lingual yang berupa kata, frasa, maupun kalimat yang dipakai dalam penamaan badan usaha, kawasan, dan gedung perniagaan di sepanjang Jalan Slamet Riyadi Surakarta. Metode pengambilan data dengan teknik dokumentasi fotografi, catat, dan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 80% sumber data ditulis dalam bahasa Inggris. Sisanya ditulis dalam bahasa Indonesia, bahasa Jawa, campuran bahasa Inggris dengan bahasa Indonesia, serta huruf Jawa. Terjadi kemunduran nasionalisme yang berkaitan dengan penggunaan bahasa asing di area publik. Ketidakpedualian para pemilik usaha tersebut tentang adanya Undang-Undang no 24 tahun 2009 menunjukkan bukti kemunduran nasionalisme bangsa dilihat dari pematuhan undang-undang tersebut.

Kata-kata kunci: Superioritas, Nasionalisme, Ruang Publik, Bahasa Asing

Abstract

Foreign language superiority indeed still exists in several Indonesian regional levels. This phenomenon had triggered public pride in applying foreign language for daily use, however, indicates the regress of nationalism. This article aims to find out the foreign language superiority used in public spaces and how it affects to the regress of nationalism. It applies a Qualitative Approach by taking Linguistics units, including phrases, words, clauses, and sentences as the data from enterprises and companies' information published along the Slamet Riyadi Street in Surakarta. This article relies on photography, recording, and interview as the data collecting techniques. It confirms that 80 percent of the objects share information in English, while the remains use either Indonesian, Javanese or even the mix. The findings eventually affirm the business owners' ignorance and disloyalty to carry out the essence of the Law No. 24 of 2009 in preserving Indonesian national language.

Keywords: Superiority, Nationalism, Public Spaces, Foreign Language.

PENDAHULUAN

Perubahan bahasa dapat terjadi bukan hanya berupa pengembangan dan perluasan, melainkan berupa kemunduran sejalan dengan perubahan yang dialami masyarakat. Berbagai alasan sosial dan politis menyebabkan banyak orang meninggalkan bahasanya, atau tidak lagi menggunakan bahasa lain. Dalam perkembangan masyarakat modern saat ini, masyarakat Indonesia cenderung lebih senang dan merasa lebih intelek untuk menggunakan bahasa asing (Marsudi & Zahrok, 2015; Silado, 2011). Hal tersebut memberikan dampak terhadap pertumbuhan bahasa Indonesia baik positif maupun negatif. Bahasa Inggris yang telah menjadi raja sebagai bahasa internasional memberi pengaruh pada perkembangan bahasa Indonesia (Rifa'i, 2015). Kepopuleran bahasa Inggris menjadikan bahasa Indonesia tergeser pada tingkat pemakaiannya. Misalnya keahlian berbahasa Indonesia tidak menjadi dasar pertimbangan penerimaan tenaga kerja, lebih dipentingkan penerimaan tenaga kerja yang pandai berbahasa Inggris. Faktor sosiolinguistik juga memengaruhi kemunduran suatu bahasa. Faktor itu antara lain usia, pendidikan, ekonomi, dan budaya.

Globalisasi yang menjadi pandangan kemajuan berbagai bidang di setiap suatu negara, sering disalahartikan dengan penggunaan bahasa Internasional yang harus bisa dimengerti oleh berbagai bangsa. MEA yang mulai diberlakukan tahun 2015 menambah kuat posisi bahasa Inggris sebagai alat komunikasi universal. Akibatnya bahasa Inggris menjadi primadona di semua bidang kehidupan. Berbagai sektor kehidupan “dijual” dengan bahasa Inggris sebagai pengantarnya. Alasan bahwa komunikasi internasional harus dipergunakan di berbagai bidang akhirnya membuat bahasa Indonesia kurang dipandang penting. Berbagai bidang pembangunan banyak menggunakan bahasa Inggris sebagai daya tarik. Pendidikan dipromosikan menggunakan pengantar bilingual (bahasa Inggris dan bahasa Indonesia), Kurikulum yang dipakai sekolah adalah kurikulum internasional dari universitas luar negeri, pengutamaan penguasaan bahasa Inggris di perguruan tinggi baik negeri maupun swasta; bidang ekonomi dengan berbagai sektornya dikemas dengan bahasa Inggris sebagai pengantarnya, misal produk pabrik, produk rumahan, berbagai brosur perdagangan, bahkan sampai surat lamaran kerja berbahasa Inggris. Bidang pariwisata apalagi sangat didominasi bahasa Inggris. <http://www.caramudahbelajarbahasainggris.net/2013/05/6-contoh-brosur-bahasa-inggris-dengan-tema-berbeda.htm>

Penggunaan kata dan ungkapan bahasa asing di Indonesia sekarang semakin meluas sejak terjadinya perubahan tatanan kehidupan dunia yang baru. Tatanan itu telah mengubah pola pikir dan perilaku masyarakat dalam berbagai sendi kehidupan. Penggunaan kata dan ungkapan bahasa asing, terutama bahasa Inggris, juga memasuki penggunaan kosakata dalam berbagai kehidupan. Penamaan tempat-tempat usaha di ruang publik (seperti: pertokoan, kantor, usaha dagang, restoran, salon, sampai ke nama kawasan permukiman, dll.) dengan menggunakan bahasa Inggris banyak bermunculan. Bahkan akibat semangatnya menamai tempat usahanya sering dijumpai kesalahan yang menggelikan (<https://www.yukepo.com/hiburan/life/13-kesalahan-bahasa-inggris-di-tempat-umum-ini-bikin-ngakak-yang-baca/>)

Penamaan dengan bahasa Inggris juga dijumpai di sepanjang kawasan perniagaan jalan Slamet Riyadi Surakarta. Fenomena ini patut disikapi dengan serius, bila penggunaan kata ataupun istilah asing (bahasa Inggris) tersebut tujuannya untuk promosi wisata secara global (globalisasi), patutlah dimengerti. Akan tetapi, bila dilihat dari sisi pematuhan Undang-Undang Republik Indonesia nomer 24 tahun 2009, maka hal ini patut menjadi pemikiran yang serius. Seandainya kita bisa mencermati hal ini, kosakata bahasa Indonesia sebenarnya sudah sangat bisa dipakai untuk penamaan tempat-tempat tersebut. Hal ini tertuang dalam buku seri Pedoman Pengindonesiaan Kata dan Ungkapan Asing yang Diterbitkan oleh Pusat Bahasa Depdiknas Tahun 2009. Kita sebagai masyarakat pengguna bahasa Indonesia seharusnya mampu melogika, apakah konsumen yang menjadi sasaran usaha dagang tersebut adalah orang asing? Apakah orang yang tinggal di kawasan permukiman-permukiman tersebut sasarannya juga orang asing? Adakah tujuan khusus para pemilik memberi nama toko, restoran, salon, permukimannya, dll. dengan bahasa Asing (bahasa Inggris)? Pada makalah ini akan dibahas dua permasalahan. Pertama, bagaimana superioritas bahasa asing di ruang publik yang teramati. Kedua, bagaimana kemunduran nasionalisme dilihat dari penggunaan bahasa asing di ruang publik.

Ruang publik yang diamati adalah di sepanjang jalan Slamet Riyadi Surakarta. Untuk menjawab permasalahan ini, peneliti mendata semua papan nama sepanjang jalan Slamet Riyadi Surakarta, hasil pencatatan kemudian diklasifikasikan sesuai jenis usaha yang ditemukan. Setelah semua data teramati dari seluruh kawasan ruang publik, tahap berikutnya adalah menghubungkan semua fakta dan kasus dengan fenomena

nasionalisme secara global sesuai dengan dokumen-dokumen yang telah didapatkan berkaitan dengan nasionalisme yang berhubungan dengan bahasa.

Tujuan makalah ini untuk mengamati fakta terjadinya superioritas bahasa Asing yang berada di ruang publik. Hal ini akan dipaparkan untuk menunjukkan bahwa superioritas bahasa Asing adalah gejala yang masif terjadi di sekitar kita. Ketidakpedulian berbagai pihak dengan fenomena bahasa ini sangat miris, mengingat ruang publik yang menjadi lokasi pengamatan berada tepat di pusat kota Surakarta (Solo). Padahal peraturan tentang penegakan pelaksanaan pengutamaan bahasa Indonesia di ruang publik sudah dimunculkan dan dipublikasikan kepada aparaturnegara maupun masyarakat, akan tetapi masih muncul pemakaian bahasa asing yang dominan di ruang publik.

Penggerusan nasionalisme melalui pemakaian bahasa asing di ruang publik akan terlihat karena salah satu sifat nasionalisme masyarakat bisa dilihat dari perspektif penggunaan, perhatian, dan sikap terhadap bahasanya. Bahasa bukan sekadar aset, tetapi sebagai pondasi suatu bangsa, bahasa dapat menjadi pengikat kebersamaan dan nasionalisme selain agama, suku, ataupun ras (Jalal, 2001; Kusumawardani, 2004; Rifa'i, 2015; Tilaar, 2014) Urgensi makalah ini bertitik tolak pada tujuan penulis untuk memberikan pengetahuan kepada para pembaca bahwa ruang publik di Indonesia khususnya di wilayah Surakarta tetap harus menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar sesuai dengan peraturan perundangan yang sudah ditetapkan pemerintah. Selain itu, penulis ingin mengajak rasa bangga pada masyarakat Surakarta pada khususnya untuk menggunakan bahasa Indonesia di setiap unsur kehidupannya. Kebanggaan itu harus muncul dan diperlihatkan secara nyata melalui penggunaan bahasa Indonesia yang tepat.

LANDASAN TEORI

Wacana adalah bahasa terlengkap, dalam hirarki gramatikal merupakan satuan gramatikal tertinggi atau terbesar. Wacana ini direalisasikan dalam bentuk karangan yang utuh (novel, buku, seri ensiklopedia, dsb), paragraf, kalimat, atau kata yang membawa amanat yang lengkap (Kridalaksana, 1993). Wijana dan Rohmadi juga menyatakan bahwa wacana merupakan satuan bahasa yang tertinggi dan terlengkap. Wacana tulis disebut dengan teks, sedangkan wacana lisan yang akan dianalisis harus dibentuk menjadi wacana teks terlebih dahulu. Analisis wacana membahas pesan atau

makna yang dimaksudkan pesapa dan penyap. Adanya pengkontruksian teks bertujuan untuk memudahkan pemahaman dalam konteks yang mendukung wacana, baik tulis maupun ujar. Analisis wacana kritis selalu mempertimbangkan konteks dari wacana seperti latar, situasi, dan kondisi (Wijana, 2011).

Jorgensen dan Phillips berpendapat bahwa analisis wacana bisa digunakan sebagai kerangka analisis identitas kebangsaan yaitu memahami identitas kebangsaan dan konsekuensi yang ditimbulkan (Jorgensen, 2007, p. 3). Berbagai kajian tentang bahasa dan nasionalisme sudah banyak dilakukan oleh beberapa penulis. Bahwa nasionalisme harus didukung oleh gerakan politik yang benar dan mapan karena nasionalisme sudah menjadi ini dari sebuah bangsa. Dalam hal ini nasionalisme sudah masuk dalam dunia global (Spencer & Wollman, 2002). Nasionalisme dalam perspektif bahasa sebagai perwujudan jati diri bangsa menjadi kajian utama dalam tulisan (Rifa'i, 2015). Dikatakan lebih lanjut bahwa bahasa Indonesia merupakan simbol dari nasionalisme itu sendiri. Dengan demikian bahasa menjadi salah satu pengikat kebersamaan dan nasionalisme suatu kelompok komunitas. Kajian tentang penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar dilakukan agar bangsa Indonesia memiliki identitas yang kuat, sehingga Indonesai mampu bersaing sebagai negara yang maju (Tilaar, 2014). Nasionalisme bahasa Indonesia dihubungkan dengan kompleksitas persoalan sosial dan politik diangkat sebagai suatu kajian yang menarik dari sudut pandang yang berbeda dilakukan oleh Jalal (Jalal, 2001).

Ruang publik sebagai objek penelitian ini mengacu pada tempat umum yang bisa dipergunakan oleh masyarakat umum dengan bebas beraktivitas. Ruang publik ini bisa berupa taman, jalan raya, trotoar, plaza, ataupun ruang terbuka lainnya. Ciri khas ruang publik adalah terbuka, bisa diakses masyarakat, banyak papan petunjuk yang tertulis dengan jelas, tempat berkumpul massa, dll. Arti ruang publik secara lebih ilmiah dikemukakan oleh Prasetyo dalam tulisannya yang menyadur hasil penelitian para ahli ke dalam enam gugus pengertian, antara lain modal sosial (jaringan *trust* dan resiprositas), pelayanan publik (keamanan, pendidikan, kesehatan, jalan, lingkungan hidup, dll.), barang publik (kebutuhan umum sebagai antisipasi kegagalan pasar), budaya publik (bahasa, sikap, selera, cara pikir *civility*), tempat publik (ruang/tempat bertemu untuk debat dan diskusi), dan interrelasi antara pasar, keluarga, pemerintah, dan kelompok independen yang membentuk sosialitas masyarakat (Prasetyo, 2012).

Berbagai kajian tentang bahasa dan nasionalisme tersebut di atas sangat relevan dengan tulisan ini sebagai daya dukung argumentasi. Akan tetapi, secara khusus kajian yang mengangkat superioritas bahasa Inggris di ruang publik secara lebih spesifik belum ada.

Pertimbangan hukum penggunaan bahasa Indonesia untuk tulisan bahasa Indonesia di tempat umum.

Pusat Bahasa menyusun pedoman penulisan bahasa Indonesia di tempat umum, seperti dalam dunia usaha dan niaga dengan pertimbangan hal-hal berikut:

1. Undang-undang Dasar 1945, Bab XV. Pasal 36 tentang bahasa Negara
2. Ketetapan MPR No 2 tahun 1993, tentang Garis-garis Besar Haluan Negara
3. Undang-undang No. 5, tahun 1974, tentang Pokok-pokok pemerintahan di daerah
4. Rencana Pembangunan Lima Tahun VI
5. Keputusan Presiden No 57, tahun 1972, tentang Ejaan bahasa Indonesia yang Disempurnakan (EYD)
6. Instruksi Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia No 20, tanggal 28 Oktober 1991, tentang Pemasyarakatan bahasa Indonesia dalam Rangka Pemantapan Persatuan dan Kesatuan Bangsa.
7. Instruksi Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No 1/U/1992, tanggal 10 april 1992, tentang Peningkatan Usaha Pemasyarakata Bahasa Indonesia dalam Memperkukuh Persatuan dan Kesatuan Bangsa.
8. Surat Menteri Dalam Negeri kepada Gubernur, Bupati, dan Wali Kotamadya No 434/1021/SJ, tanggal 16 Maret 1995 tentang Penertiban Penggunaan Bahasa Asing.
9. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan.

Ketentuan tulisan dalam bahasa Indonesia di tempat umum.

Tulisan dalam bahasa Indonesia di tempat umum diatur dalam Pedoman Pengindonesiaan Kata dan Ungkapan Asing yang diterbitkan oleh Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional tahun 2009. Adapun Pedoman Penulisannya adalah sebagai berikut.

1. Bahasa yang digunakan di tempat umum, seperti pada papan nama, papan petunjuk, kain rentang, dan papan iklan adalah bahasa Indonesia yang baik dan benar.
2. Nama badan usaha, kawasan, gedung yang memerlukan pengesahan dari instansi pemerintah menggunakan bahasa Indonesia.
3. Nama asing badan usaha yang merupakan cabang badan usaha luar negeri dan nama asing merek dagang yang terdaftar dan mempunyai hak paten tetap dapat dipakai.
4. Pada setiap nama, papan petunjuk, kain rentang, dan papan iklan digunakan tulisan/huruf Latin.
5. Pada papan nama, papan petunjuk, kain rentang, dan papan iklan, jika dianggap perlu, dapat dipakai bahasa asing yang harus dituliskan di bagian bawah bahasa Indonesia dengan huruf Latin yang lebih kecil.
6. Penggunaan tulisan/huruf di luar tulisan/huruf Latin, jika dianggap perlu, dapat dibenarkan sepanjang untuk nama/lambang produk yang telah mendapat izin sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
7. Organisasi internasional yang bernaung di bawah Perserikatan Bangsa-Bangsa dan perwakilan diplomatik Negara asing dapat tetap menggunakan tulisan/huruf dan/atau bahasa asing yang ditulis di bawah nama dalam bahasa Indonesianya.

METODE PENELITIAN

Pendekatan kualitatif dipergunakan dalam penelitian ini dengan metode deskriptif yang dimanfaatkan untuk mendiskripsikan fenomena berdasarkan apa adanya sesuai dengan apa yang ditemui di lapangan. Permasalahan yang berhubungan dengan pemakaian bahasa Inggris pada penamaan nama badan usaha, kawasan, permukiman, di ruang publik dideskripsikan dengan disertai konteks yang melingkupinya.

Semua kata atau satuan lingual lain yang dipakai dalam penamaan badan usaha, kawasan, dan gedung perniagaan di sepanjang jalan Slamet Riyadi Surakarta menjadi data penelitian. Sumber data penelitian ini adalah sumber data tertulis yang berupa kata atau satuan lingual lain pada semua papan nama badan usaha, kawasan, dan gedung perniagaan di sepanjang jalan Slamet Riyadi Surakarta. Kawasan tersebut dipilih sebagai daerah sumber data karena penulis melihat perkembangan daerah tersebut secara perekonomian sangat pesat. Banyak pertokoan, pusat perbelanjaan, tempat-tempat aneka macam usaha dagang,

permukiman, dll. Penamaan tempat-tempat tersebut menurut pengamatan penulis masih banyak yang menggunakan bahasa Inggris. Contohnya: *Metro Electronic Center*, *Royal Property and Agent Conculatan*, *Computer Center Point*, *Solo Grand Mall*, *Home & Dekor*, *Money Mall*, *Ocean Laundry*, *Queen Kost*, *Arini Hotel*, dll.

Teknik pengumpulan data dengan **fotografi**, yaitu pengambilan foto dengan objek seluruh papan nama yang ada di sepanjang kawasan Jalan Slamet Riyadi Surakarta. **Teknik baca** dilakukan sebagai teknik lanjutan, yaitu dengan cara membaca seluruh sumber data. Pembacaan dilakukan dengan mencermati pola-pola struktur kata yang dipakai. Teknik lanjutan lainnya adalah **teknik catat**. Teknik ini dipakai untuk menjaring data dengan mencatat hasil pembacaan data pada kartu data. Kartu data yang dipergunakan berupa kertas HVS dan buku tulis. Catatan data penelitian tersebut selanjutnya diberi kode dan diklasifikasikan sesuai kelompoknya. Penggalan informasi untuk menjawab rumusan masalah kedua yaitu tentang nasionalisme yang dihubungkan dengan bahasa dengan teknik wawancara. Wawancara ditujukan kepada para penanggung jawab ataupun bagian humas dari tiap gedung yang papan namanya dijadikan sebagai sumber data. Di samping itu dilakukan teknik observasi dokumen, yaitu dokumen akta pendirian perusahaan atau badan usaha yang khusus pasal penamaan perusahaan atau badan usaha tersebut.

Data-data yang sudah disediakan dalam penelitian tersebut akhirnya diklasifikasikan dengan tujuan mempermudah proses analisis. Adapun klasifikasi data dilakukan dengan dasar pemisahan nama macam-macam badan usaha yang meliputi usaha restoran, perbankan, kuliner, *fasion*, selular, kesehatan, kecantikan, dan elektronik; nama-nama kawasan meliputi perumahan dan pendidikan, sesuai data yang ditemukan di lapangan.

Metode Analisis Data

Setelah data tersedia sebagai bahan jadi penelitian, maka tahap selanjutnya adalah analisis data. Untuk menganalisis data penelitian, peneliti menggunakan metode padan (Sudaryanto, 2015) Metode ini menggunakan alat penentu di luar, terlepas dan tidak menjadi bagian dari bahasa (*langue*) yang bersangkutan. Analisis data dengan metode padan bertujuan untuk menentukan kejatian atau identitas objek penelitian (Sudaryanto, 2015). Metode padan lanjutan yang dipakai adalah metode padan referensial yang alat penentunya adalah kenyataan (*referent*) yang ditunjuk oleh bahasa itu sendiri (Sudaryanto, 2015). Oleh karena permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah jenis struktur kata maupun ungkapan bahasa Inggris yang muncul pada

penggunaan nama badan usaha maupun kawasan permukiman di ruang publik, maka analisis untuk menjawab perumusan masalah yang pertama diarahkan pada:

1. Jenis struktur kata yang muncul pada penamaan badan usaha maupun kawasan yang berbahasa asing (Inggris). Maksud jenis struktur disini adalah jenis struktur kata dasar atau kata berimbuhan yang dipakai pada penamaan badan usaha maupun kawasan tersebut. Di samping itu, dicermati pula pola struktur kata “diterangkan-menerangkan (DM) yang menjadi pola lazim dalam bahasa Indonesia.

Contoh penerapannya sebagai berikut:

(1) *Dika snack*

Data (1) dapat dipilah menjadi dua konstituen yaitu *Larisa* dan *snack*. Kedua konstituen itu mempunyai identitas struktur yaitu *Larisa* menerangkan (M) dan *snack* adalah unsur diterangkan (D). Jadi struktur tersebut mempunyai urutan MD. Pada struktur bahasa Indonesia, pola struktur kata maupun frase adalah DM (Diterangkan Menerangkan). Seharusnya sesuai pedoman struktur bahasa Indonesia penamaan usaha dagang tersebut harus *Snack Dika*. Analisis rumusan masalah ini diarahkan pada pengindonesiaan kata dan ungkapan bahasa Inggris yang diambil dari pedoman pengindonesiaan kata dan ungkapan asing yang dikeluarkan oleh Badan Bahasa Departemen Pendidikan Nasional Jakarta tahun 2009.

Contoh penerapannya sebagai berikut:

(1a) *Snack Dika*

Nama usaha dagang tersebut harus dicari padanannya dalam bahasa Indonesia, *Snack* berpadanan kata dalam bahasa Indonesia dengan *makanan ringan*. Jadi hasil analisisnya adalah:

Data (1a) *Snack Dika* → *Toko Makanan Ringan “Dika”*

Pemberian panah maksudnya ‘diubah menjadi’ dan pemberian tanda diakritik pada “Dika” bermakna judul/nama khusus.

2. Tergerusnya nasionalisme bangsa

Untuk menjawab permasalahan ini, peneliti melakukan wawancara mendalam dan melakukan survei dokumen. Wawancara diarahkan sesuai fokus penelitian. Konteks yang melingkupi makna tiap papan nama yang diambil sebagai data digali dari wawancara ini dikuatkan dengan eksplorasi dokumen pendukung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Superioritas bahasa Asing di Ruang Publik

Total data yang ditemukan 47 buah, ternyata struktur data kelompok klasifikasi pertama yaitu Jenis penulisan dengan struktur bahasa Inggris Menerangkan-Diterangkan (M-D) ditemukan paling banyak yaitu 36 buah. Hal ini menunjukkan bahwa hampir 80 % penulisan papan nama badan usaha dan gedung di sepanjang jalan Slamet Riyadi didominasi oleh pemakaian bahasa Inggris.

Sesuai dengan aturan penulisan papan nama badan usaha, kawasan dan bangunan yang terdapat dalam buku “*Pengindonesiaan Kata dan Ungkapan Asing*” yang diterbitkan Pusat Bahasa Depdiknas (2008: 6) bahwa:

1. Nomor 6.3 Jika nama badan usaha, kawasan, dan bangunan menggunakan baik nama Indonesia maupun nama asing, nama Indonesia ditempatkan di atas nama asing itu.
2. Nomor 6.4 Nama asing yang digunakan untuk badan usaha, kawasan, dan bangunan perlu dilengkapi dengan padananannya dalam bahasa Indonesia.
3. Nomor 6.5 Nama asing badan usaha yang merupakan cabang luar negeri dan nama asing merek dagang yang terdaftar dan memiliki hak paten tetap dapat dipakai.
4. Nomor 8.3 Pola “diterangkan-menerangkan adalah urutan yang lazim pada kelompok kata.

Melihat hampir 80% penulisan papan nama di ruang publik yang menggunakan bahasa Inggris menunjukkan bahwa terjadi pelanggaran aturan dari Badan Bahasa di atas. Berbagai penulisan berbahasa Inggris ditemukan mulai dari penamaan area perdagangan, hotel, restoran, properti, toko, jasa, usaha asuransi, pembiayaan, permukiman, dan tempat kebugaran. Seperti data di bawah ini.

(1) Solo Square

Square dipadankan menjadi 1. medan; 2. Petak (catur)

Jadi jika memungkinkan *Solo Square* → Medan (Area) Solo

Akan lebih luwes didengar misalnya menjadi *Area Perdagangan Solo*

(2) XL Center

Center dipadankan menjadi 1. Sentral; 2. Pusat.

Jadi *XL Center* → XL Sentral atau Pusat XL

(3) Relax House Steak & Burger

- Pengubahan data di atas sesuai kaidah. *Relax House Staek & Burger* → *Restoran Steak dan Burger* “*Relax House*” atau *Restoran Steak dan Burger* “*Rumah Santai*”.
- (4) Milk Max
Papan nama di atas adalah papan restoran khusus produk susu sapi maka disarankan ada keterangan sebelum nama restorannya. Pengubahan *Milk Max* → *Restoran Susu Segar* **MILK MAX**
 - (5) Royal Property And Agent Concultant
Papan nama agen konsultan perumahan maka disarankan *Royal Property Agent and Consultant* → *Agen Konsultan Perumahan* **ROYAL**
 - (6) Modern TCM → *Toko TCM* **MODEREN**
 - (7) Indo Putra Grup → Grup Usaha **INDO PUTRA**
 - (8) Orient Restaurant → Restoran Oriental atau Restoran **ORIENT**
 - (9) Computer Center Point → Sentral Penjualan Komputer
 - (10) IT Mall Solo → Mal IT Solo
 - (11) OGO Securitas → Agen Jaminan Keamanan **OGO**
 - (12) Turndo Tour n Travel → Jasa Angkutan Wisata **TURNDO**
 - (13) Arini Hotel → Hotel **ARINI**
 - (14) Riyadi Palace Hotel → Hotel Riyadi Palace; Hotel Istana **RIYADI**
 - (15) Hotel Anugrah Palace → Hotel Anugrah Palace; Hotel Istana **ANUGRAH**
 - (16) Garden Textile Shop → Toko Tekstil **GARDEN**
 - (17) Jaya Swa Motor → Toko Sepeda Motor **JAYA SWA**
 - (18) Solo Grand Mall → Mal Besar **SOLO**
 - (19) Roda Chiness → Restoran China **RODA**
 - (20) O Solo Mio Galleria & Ristorante → Restoran dan Galeri **O SOLO MIO**
 - (21) Malacca Trust
Trust dipadankan dengan kepercayaan atau amanat. Biasanya dipakai dalam usaha bidang keuangan sejenis asuransi. Sedangkan *Malacca* adalah nama daerah (Malaka). Maka *Malacca Trust* → Perusahaan Penjamin Kepercayaan Keuangan **MALAKA**.
 - (22) Synus Refill Center → Pusat Pengisian Tinta Komputer **SYNUS**
 - (23) Krisna Securitas → Agen Jaminan Keamanan **KRISNA**
 - (24) BCA Finance
Finance dipadankan dengan *keuangan* jadi *BCA Finance* → Lembaga Keuangan **BCA**
 - (25) Beteng Trade Center → Pusat Perniagaan **BETENG**
 - (26) de Solo hotel, restaurant, meeting room. → Hotel, Restoran, dan Tempat Pertemuan **de SOLO**.
 - (27) Solo Paragon Hotel dan Residences → Hotel dan Permukiman **SOLO PARAGON**
 - (28) Hotel Indah Palace → Hotel Istana **INDAH**
 - (29) McDonald’s Slamet Riyadi Drive Thru
Drive Thru adalah suatu system pelayanan kepada pembeli dimana pembeli langsung bisa memesan makanan dengan mengendarai mobil mereka dan melewati loket pemesanan makanan. Jadi McDonald’s

Slamet Riyadi Drive Thru bisa dipadankan Restoran McDonald's Slamet Riyadi. Melayani pemesanan sambil berkendara.

(30) Armada Finance → Lembaga Keuangan **ARMADA**

(31) Gramedia toko buku → Toko Buku **GRAMEDIA**

(32) Ticket → Tempat Penjualan Tiket Pesawat Terbang

(33) Batari Kencana Tour & F Travel → Jasa Angkutan Wisata **BATARI KENCANA**

(34) Metro (Electronic Centre) → Sentral Penjualan Barang Elektronik **METRO**

(35) Solo's Bistro restaurant → Restoran **SOLO'S BISTRO**

(36) Traveline tour & travel → Jasa Angkutan Wisata **TRAVELINE**

Data penulisan papan nama yang ditemui tidak berupa bahasa Inggris, tetapi berupa bahasa Indonesia yang sudah sesuai aturan penulisan kecuali data Seharusnya GRAMEDIA toko buku ditulis Toko Buku **GRAMEDIA**.

Kaitannya dengan penambahan bahasa atau huruf Jawa menurut pendapat peneliti karena lokasi badan usaha tersebut terletak di Jawa Tengah yaitu kota Surakarta yang berusaha melestarikan budaya Keraton Solo. Salah satu langkah pelestariannya dengan memublikasikan tulisan Jawa. Hal ini juga terlihat pada papan petunjuk pemerintah.

Dari keseluruhan data, ternyata hanya ditemukan 4 buah data yang menggunakan aturan penulisan papan nama berbahasa Indonesia yang baik.

- (1) Wisma Batari. Kata *Wisma* berasal dari bahasa Indonesia. Susunan kata menggunakan hukum diterangkan-menerangkan
- (2) Perlengkapan alat-alat olahraga Sen-Ri Sport. Seharusnya kata *Sport* tidak perlu dipakai.
- (3) Galeri Batik Batari. Susunan kata sudah sesuai hukum diterangkan-menerangkan.
- (4) Rumah makan TIO CIU 99. Struktur kata juga sudah sesuai hukum D-M.

Dari data-data yang telah ditemukan, penulis memberikan alternatif solusi kepada para pembaca terhadap kesalahan penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik tersebut. Selain itu, sudah ada keinginan pemilik usaha mempergunakan bahasa Indonesia, akan tetapi terlihat adanya kebingungan struktur. Hal ini terlihat dari penggunaan kata *palace* dan *dan*. Sebaiknya penulis perlu pemahaman kaidah penulisan papan nama berbahasa Indonesia dan tidak perlu bimbang menggunakan bahasa Indonesia secara total. Jenis penulisan yang bercampur dengan bahasa atau tulisan Jawa

Gramedia Toko Buku; Bank BPR Sukadana; Rumah Makan Adem Ayem (data gambar menggunakan huruf Jawa).

Fakta tersebut di atas membuktikan bahwa superioritas bahasa Asing khususnya bahasa Inggris masih terlihat nyata di ruang publik. Hal ini tidak terlepas dari faktor-faktor yang mengatasnamakan globalisasi. Globalisasi akhirnya dipakai sebagai suatu alasan menggunakan berbagai macam bahasa asing yang mengganti bahasa Indonesia di seluruh aspek kehidupan. Hal inilah yang menyebabkan kemunduran bahasa Indonesia.

Kemunduran Nasionalisme Dilihat dari Penggunaan Bahasa di Ruang Publik

Era perkembangan dan kompetensi global yang dialami masyarakat dunia pasti memerlukan komunikasi dengan berbagai macam bahasa. Akan sulit bagi sekelompok masyarakat masuk dalam kompetensi global apabila menggunakan satu bahasa saja. Misalnya negara Indonesia hanya menggunakan satu bahasa saja, yaitu bahasa Indonesia dalam transaksi global. Hal ini mengakibatkan kesulitan dalam kemajuan perekonomian. Apalagi posisi negara kita, sebagai negara berkembang yang masih memerlukan bantuan dari negara lain khususnya negara maju. Sadar maupun tidak, masyarakat sudah mulai peka dengan globalisasi dan akhirnya menambah kemampuan diri dengan meningkatkan kemampuan berbahasa asing. Tujuannya jelas untuk kesiapan dalam menyambut era globalisasi di semua sektor kehidupan. Akibatnya, melintasnya kata-kata bahasa asing dalam bahasa Indonesia seolah-olah menjadi hal yang biasa karena mengikuti perkembangan teknologi dan globalisasi (Silado, 2011).

Istilah-istilah dari bahasa asing banyak yang telah umum dipakai dalam bahasa Indonesia. Hasil pengamatan di lokasi semua sumber data yaitu di sepanjang Jalan Slamet Riyadi Solo menunjukkan bahwa dominasi bahasa Inggris di ruang publik terbukti. Beberapa tempat sudah didatangi penulis untuk mengambil informasi mendalam dengan wawancara. Wawancara kepada warga yang melihat penggunaan bahasa tersebut juga dibutuhkan, hasilnya beberapa warga menjawab sebagai hal yang wajar saja berkaitan dengan perkembangan informasi dunia yang begitu cepat. Utamanya penggunaan nama usaha dengan menggunakan bahasa asing adalah sebuah trik marketing yang dilakukan perusahaan agar plafon perusahaan tersebut mudah dikenal masyarakat internasional. Hal ini ditambahkan dengan iklan-iklan kreatif yang dilakukan pemilik usaha di internet yang dapat dengan mudah diakses masyarakat internasional, bahkan iklan dengan bahasa asing tersebut dapat menjadi jargon dan

digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga, masyarakat mudah menangkap dan sering menggunakannya dalam bahasa sehari-hari. Fenomena ini dapat membuat masyarakat cenderung meniru bahasa komunikasi yang sedang viral dalam media sosial yang mudah diakses dengan jaringan internet. Keadaan ini menunjukkan adanya keenganan pemakai bahasa Indonesia untuk mencari padanan atau terjemahan kata-kata bahasa Inggris tersebut dalam bahasa Indonesia. Contoh: *Drive Thru*

Pada zaman Orde Baru usaha mengembalikan nasionalisme bahasa Indonesia sudah dilakukan dan ditingkatkan pada reformasi. Bahkan secara kuantitatif, berbagai manuver kebijakan terhadap usaha pelestarian bahasa Indonesia sering diterapkan. Lembaga Pembinaan dan Pengembangan Bahasa dibentuk untuk merumuskan bahasa yang baik dan benar. Berbagai kebijakan dalam skala regional maupun nasional seperti pengindonesiaan istilah asing juga pernah diterapkan (Jalal, 2001; Tilaar, 2014). Tentu saja berbagai manuver dan kebijakan pemerintah untuk meningkatkan pentingnya menggunakan bahasa Indonesia dalam kehidupan sehari-hari, namun jika tidak didukung dari pemakai bahasa Indonesia sendiri, program-program yang menjadi kebijakan pemerintah hanya sekadar menjadi konsep program tanpa implikasi yang kongkret.

PENUTUP

Pengindonesiaan kata dan istilah bahasa Inggris pada data sesuai kaidah Pedoman Pengindonesiaan Kata dan Ungkapan Asing yang diterbitkan oleh Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. Proses pengindonesiaan papan nama pada badan usaha, kawasan dan bangunan menggunakan teknik penggantian dan diuraikan secara kualitatif.

Fenomena dominasi bahasa asing di ruang publik yang diangkat dalam tulisan

Memang ukuran kemerosotan nasionalisme, tidak hanya dilihat dari banyak sedikitnya penggunaan bahasa asing, khususnya di ruang publik akan tetapi hal ini sudah menunjukkan adanya gejala kemerosotan nasionalisme. Berbagai temuan tentang masih adanya jiwa nasionalisme maupun kemerosotan nasionalisme melalui bahasa sebagai tolok ukurnya terdapat di berbagai tulisan akan tetapi sedikit fakta di atas bisa dipakai sebagai salah satu kontribusi pemikiran tentang nasionalisme.

DAFTAR PUSTAKA

- Jalal, M. (2001). Nasionalisme Bahasa Indonesia. *Masyarakat Kebudayaan Dan Politik*, XIV(1), 81–92.
- Jorgensen, M. W. dan L. J. P. (2007). *Analisis Wacana Teori dan Metode*. (A. S. Ibrahim, Ed.) (1st ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kridalaksana, H. (1993). *Kamus Linguistik* (3rd ed.). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kusumawardani, A. & F. (2004). Nasionalisme. *Buletin Psikologi, Tahun XII, No. 2, Desember 2004* 61, XII(2), 61–72. <https://doi.org/10.22146/bpsi.7469>
- Marsudi, M., & Zahrok, S. (2015). Kesetiaan Berbahasa Indonesia Dipertanyakan Di Era Globalisasi. *Jurnal Sosial Humaniora*, 8(1), 95. <https://doi.org/10.12962/j24433527.v8i1.1245>
- Prasetyo, A. G. (2012). Menuju Demokrasi Rasional: Melacak Pemikiran Jürgen Habermas tentang Ruang Publik. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 16(November 2), 168–185.
- Rifa'i, A. M. (2015). Nasionalisme dalam perspektif bahasa sebagai perwujudan jati diri bangsa, 0–19.
- Silado, R. (2011). Penyakit Menular Sok-Inggris dalam Bahasa Indonesia. *Risalah Kongres Bahasa Indonesia VIII*, 793–801.
- Spencer, P., & Wollman, H. (2002). *Nationalism: A Critical Introduction*. London.
- Sudaryanto. (2015). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa* (1, Septemb ed.). yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Tilaar, H. A. . (2014). Multikulturalism, Bahasa Indonesia, dan Nasionalisme dalam Sistem Pendidikan Nasional, (November 2014), 2–12.
- Wijana, I. D. P. dan M. R. (2011). *Analisis Wacana Pragmatik Kajian Teori dan Analisis*. (Y. Kusumawati, Ed.) (3rd ed.). Surakarta: Yuma Pustaka.
- <http://www.caramudahbelajarbahasainggris.net/2013/05/6-contoh-brosur-bahasa-inggris-dengan-tema-berbeda.htm>
- (<https://www.yukepo.com/hiburan/life/13-kesalahan-bahasa-inggris-di-tempat-umum-ini-bikin-ngakak-yang-baca/>)

